

El contenido de esta presentación
es propiedad intelectual de Studiocom.
Fue preparado para el evento
Encuentros Web 2.0 en Bogotá, Colombia.

Cualquier distribución o presentación a terceros
deberá hacerse con previa autorización de
Studiocom. Igualmente, no se puede reproducir o
apropiar material de esta presentación
de manera total o parcial.

2008/11/05



CAMBIO MENTAL





Recuerdan esto?





Mi ancho de banda

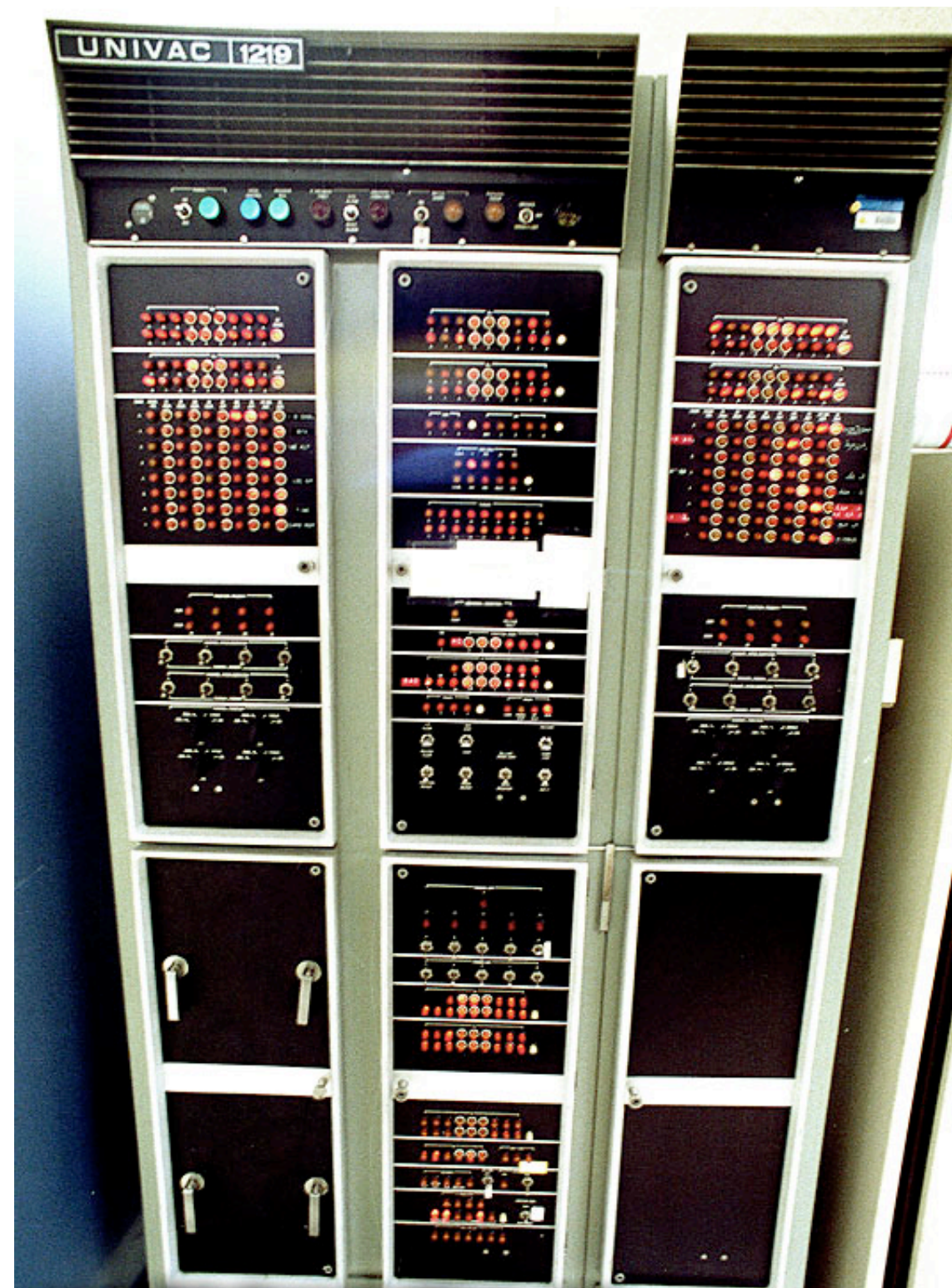


+



+







Macintosh Quadra 700

Manufacturer	Apple Computer
Introduced	October 1991
Discontinued	September 1994
Price	US\$6000
CPU	Motorola 68040 , 25 MHz
RAM	4 MiB, expandable to 68 MiB, 80 ns 30-pin SIMM
OS	System 7.0.1





- ▶ Un computador en cada universidad?
- ▶ Un computador en cada oficina?
- ▶ Un computador en cada casa?
- ▶ Un computador para cada persona?





Un poderoso computador en mi bolsillo!





Es un mundo digital



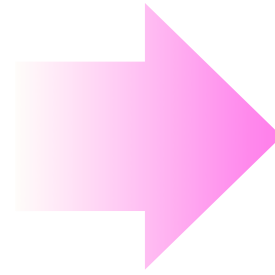


Nativos Digitales





studiocom

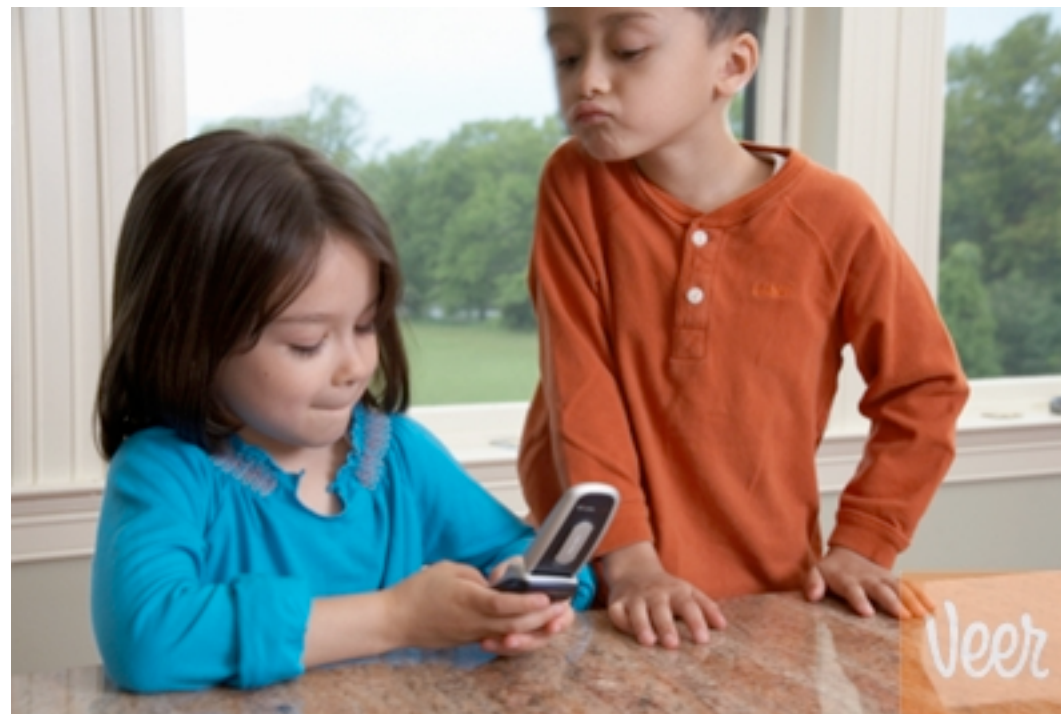








- ▶ Email
- ▶ IM
- ▶ SMS
- ▶ Facebook
- ▶ Twitter





CAMBIO DE ACTITUD





CONTROL:

La generación
“por demanda”





PERSONALIZACIÓN:
Los usuarios tienen el
mouse!





REDES SOCIALES:

Yo confío en mis amigos
(y en su criterio)





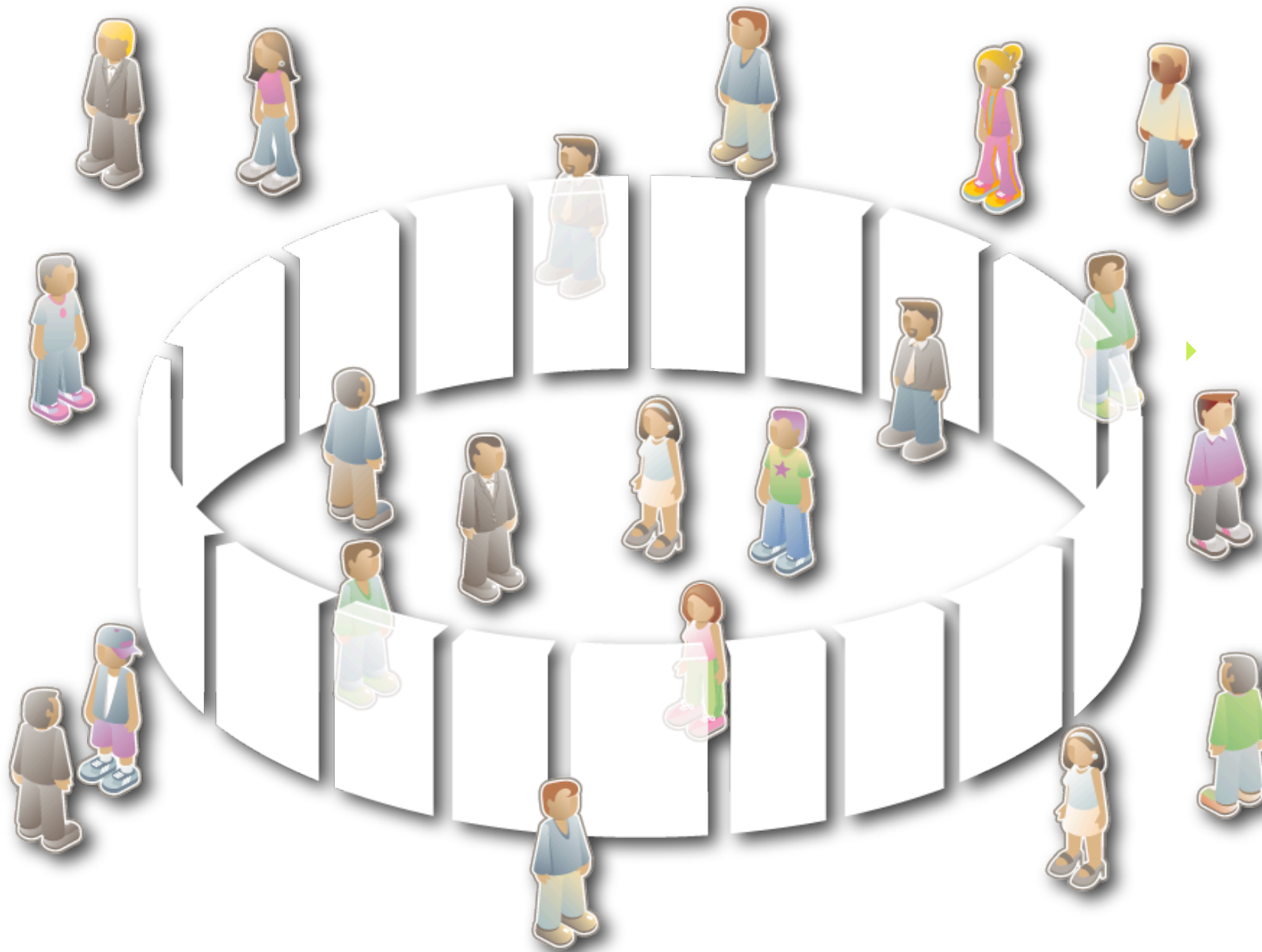


online communities



"People are not only looking for information, they are also looking for affiliation, support and affirmation... if we view people as social actors then we should view the net as a social technology"

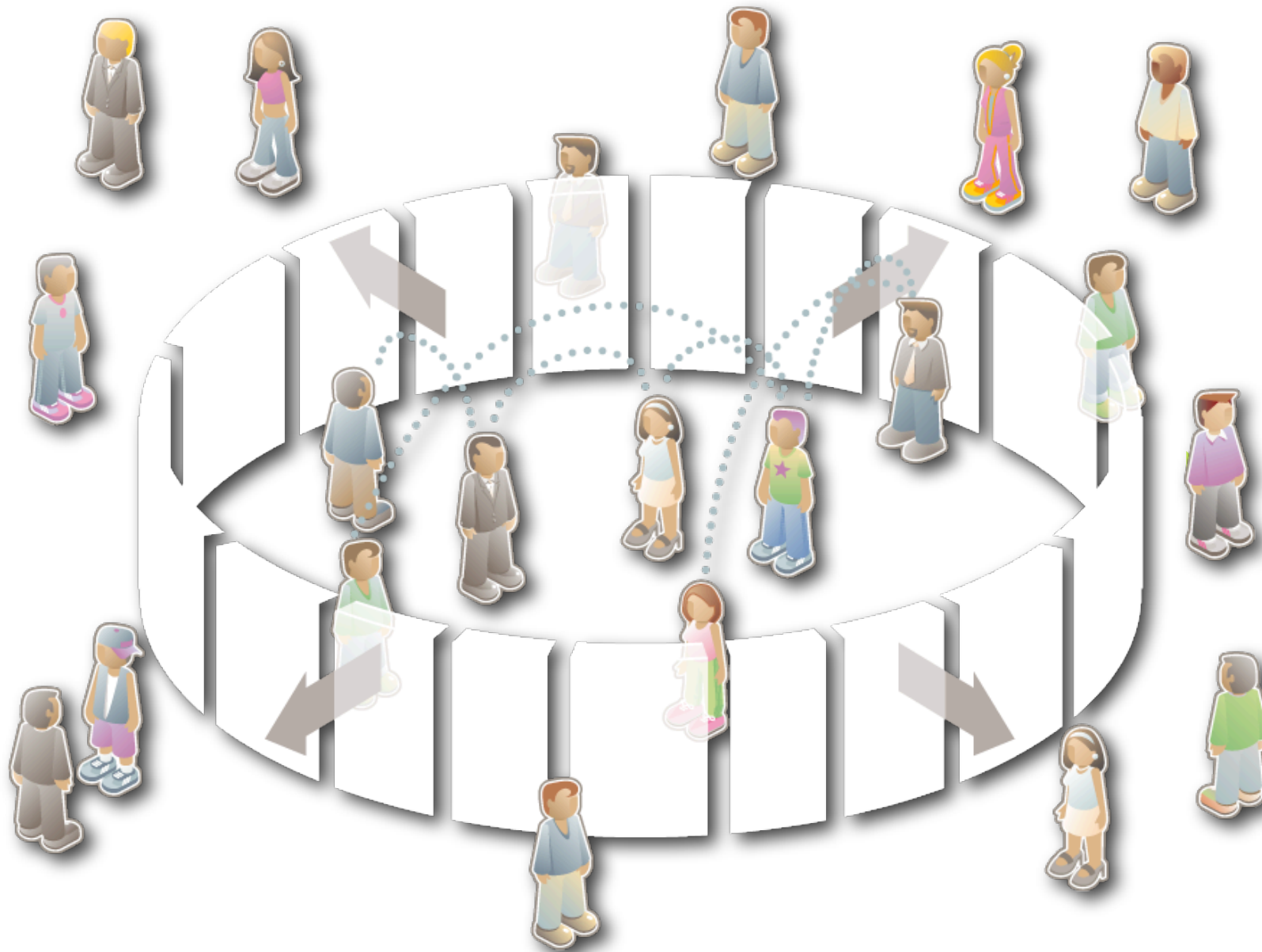




“Un conjunto unificado de individuos.
La gente que vive
en un sitio o región
particular y
usualmente están
conectados por
intereses comunes.”

**Merriam Webster's
Dictionary**





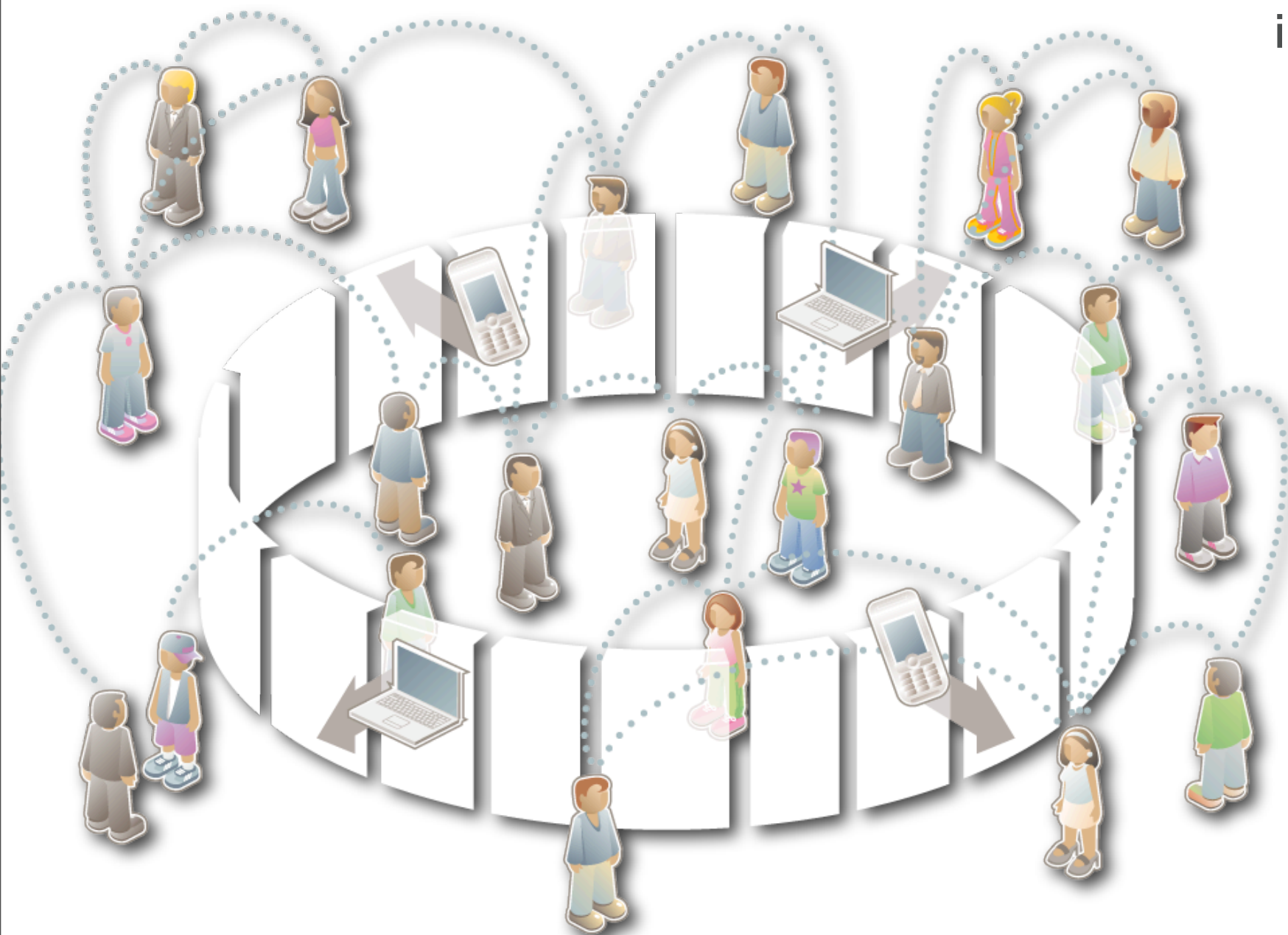
“Un grupo de personas que pueden conocerse o no de manera física y que intercambian palabras e ideas a través de la mediación de BBS's, emails y redes”

Howard Rheingold, 1993





“Un grupo de personas que intercambian ideas, palabras y medios a través de la mediación de tecnologías y redes”

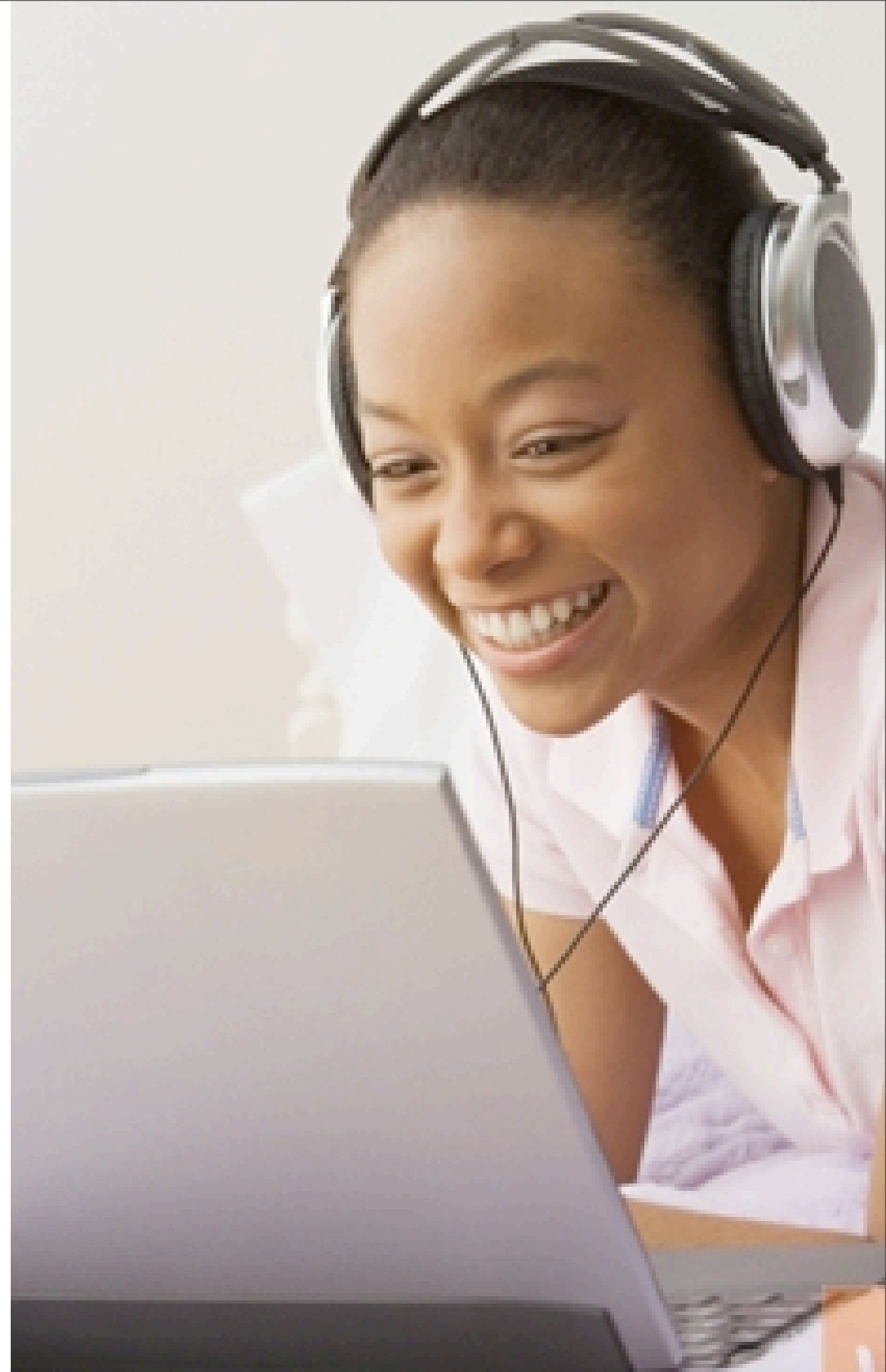


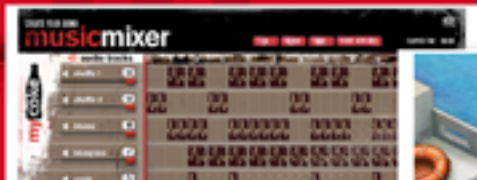












cokestudios

OPEN EVERY DAY //

CONFIGURE YOUR V-EGO

GAMES / T-SHIRT MAKER // MUSIC MIXER // PROMOTIONS



Coke Studios

The power of an online branded Community



Objetivos Originales del Programa

- ▶ Una promoción temporal (verano 2002)
- ▶ Conectarse con los adolescentes de una manera única y mas estrecha
- ▶ Fortalecer la afinidad de marca y lealtad
- ▶ Conducir a una mayor frecuencia de compra y consumo





...en otras palabras





Conectarse con adolescentes...





A través de la música.





Y vender más Coca-Cola!



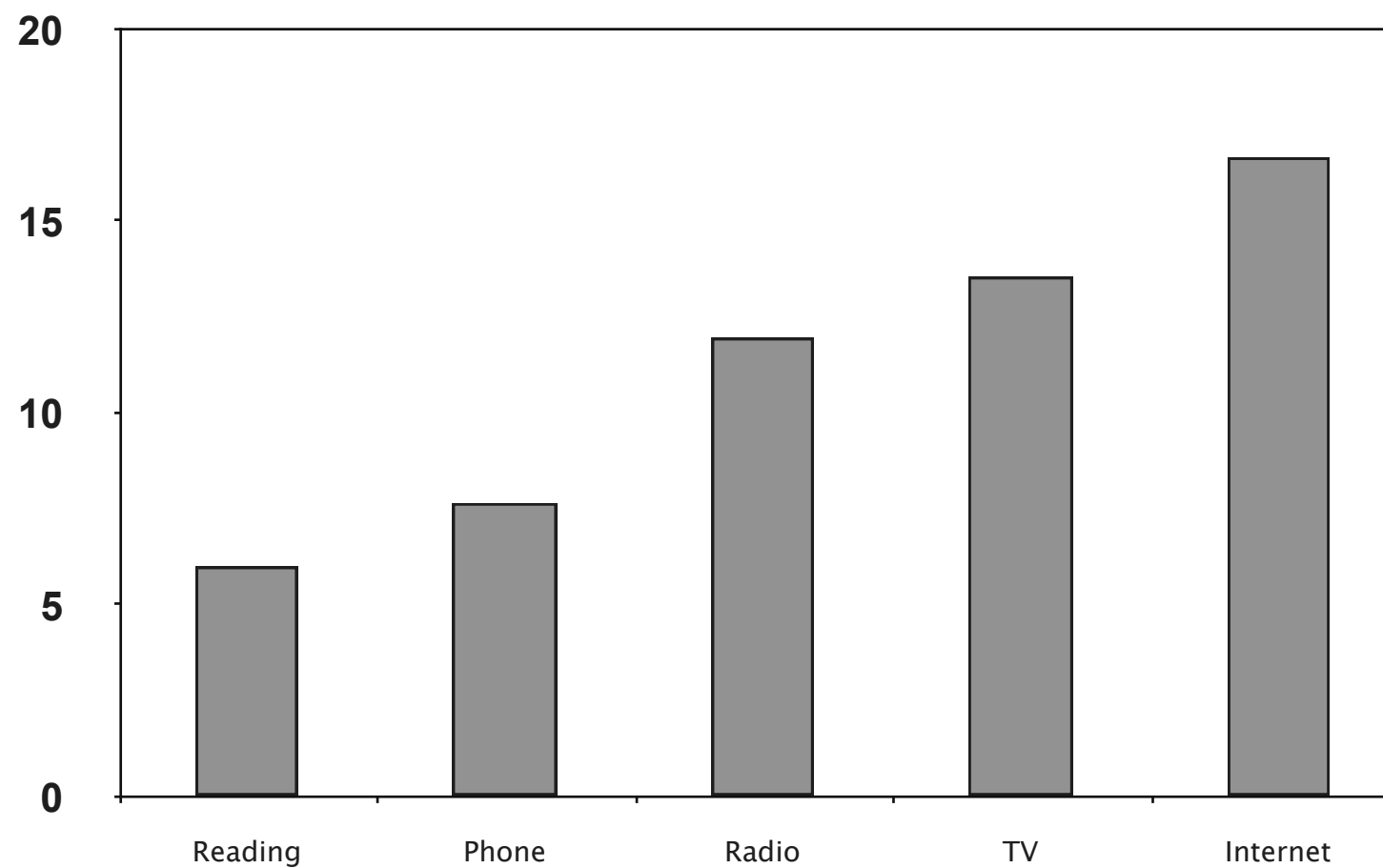


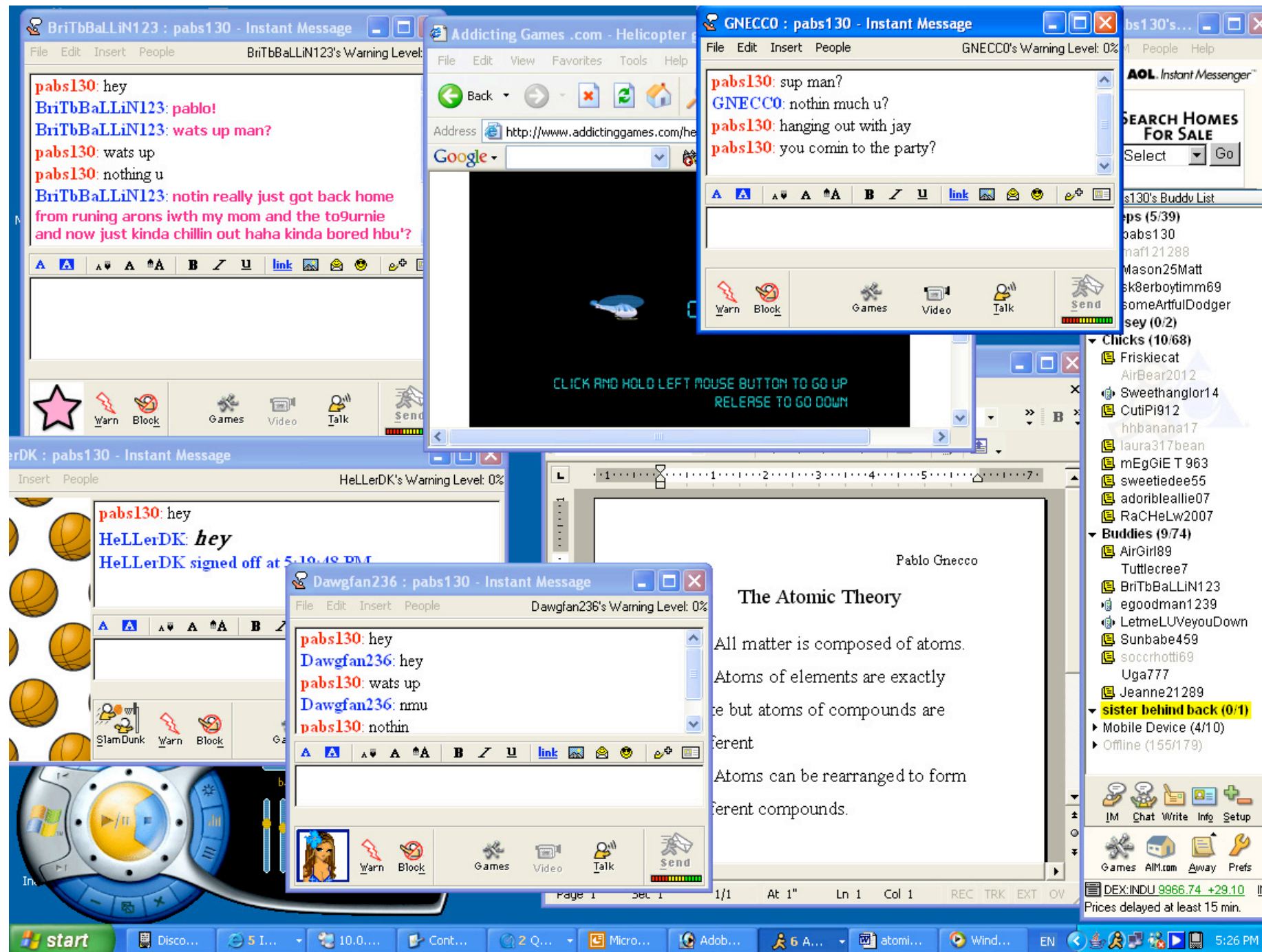
Adolescentes hoy





Más Internet que Televisión





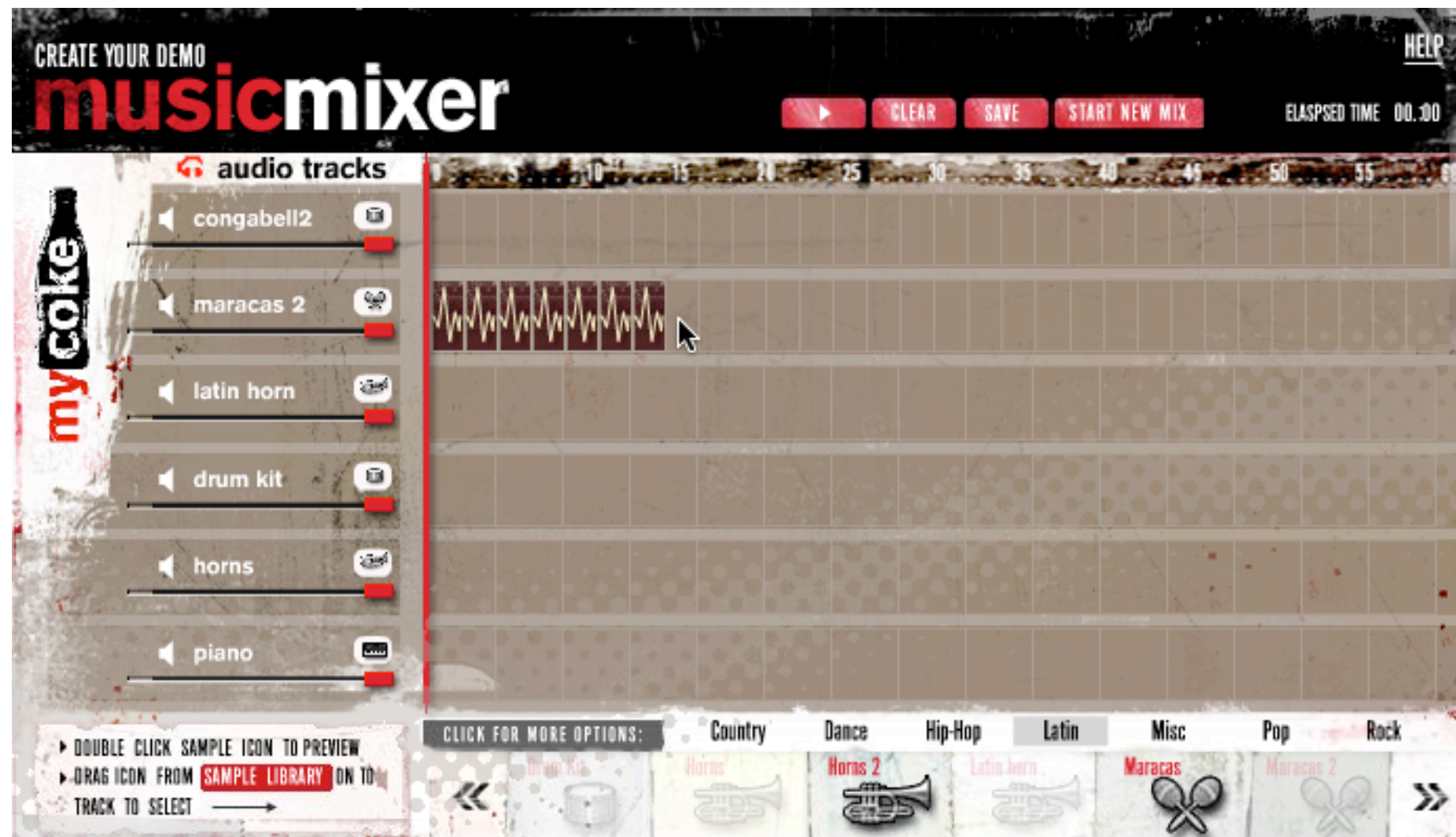


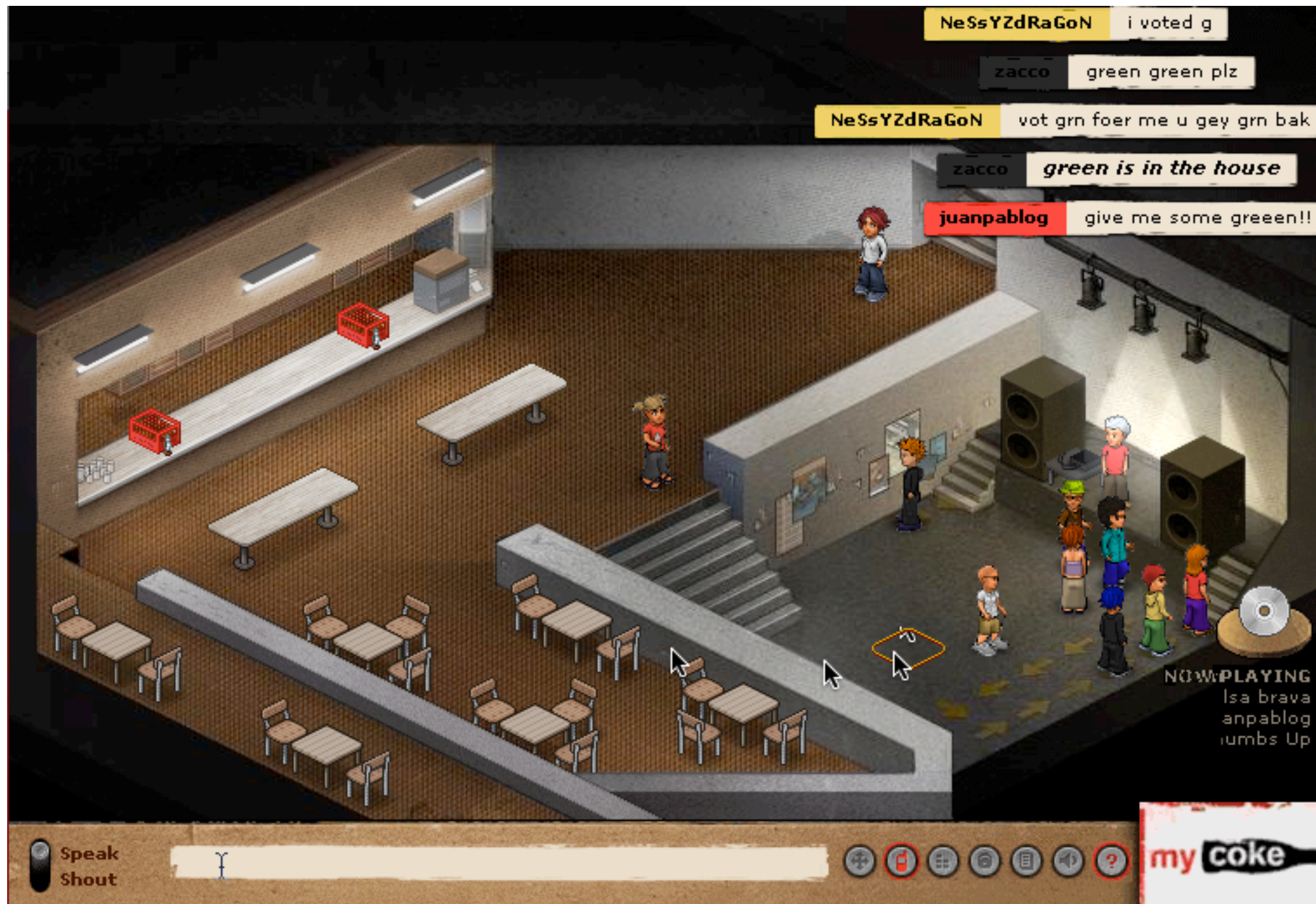


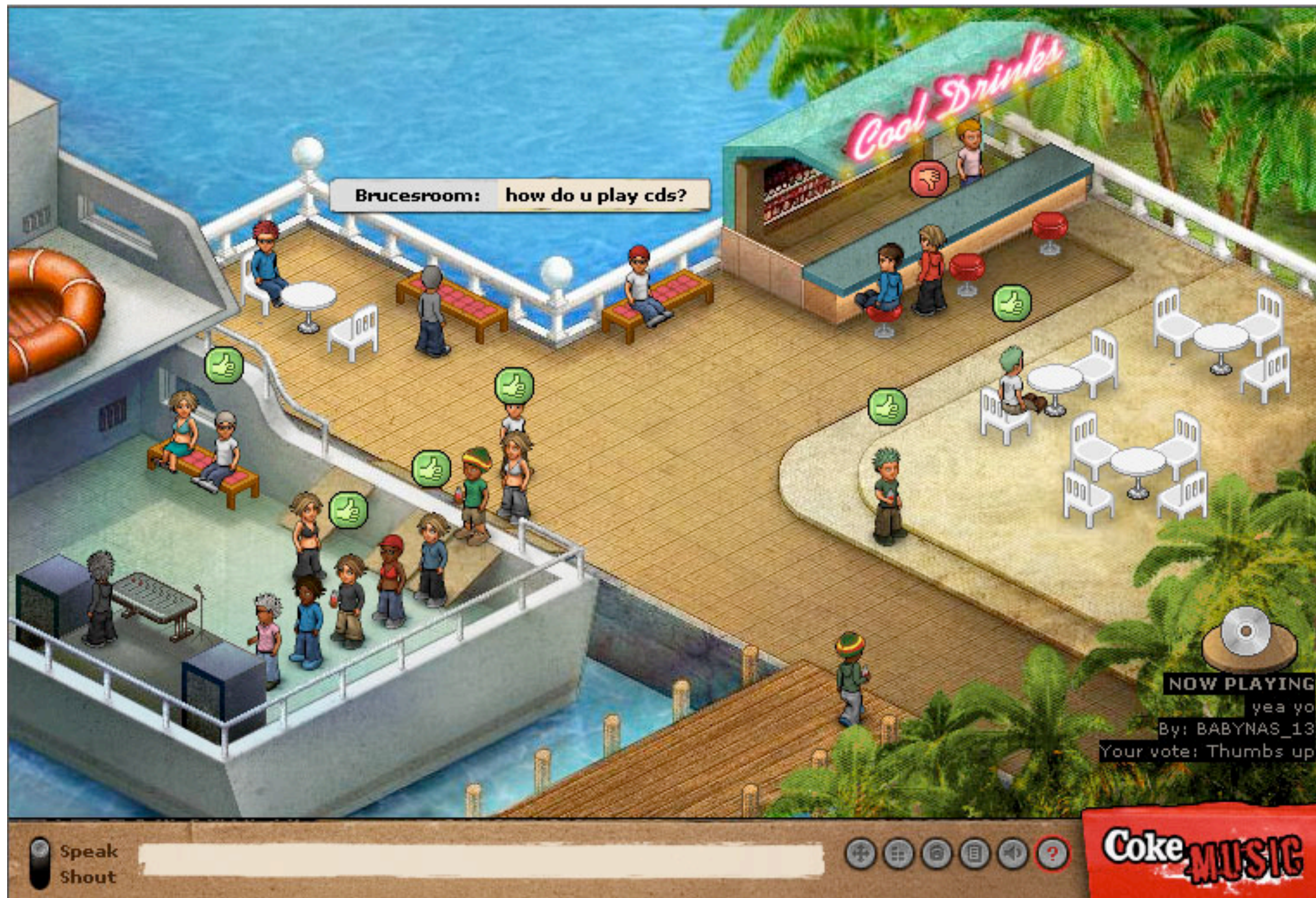
























1 millón
de estudios personales





8 millones
de piezas de mobiliario vendidas





20.000 millones
de Decibeleles gastados!





























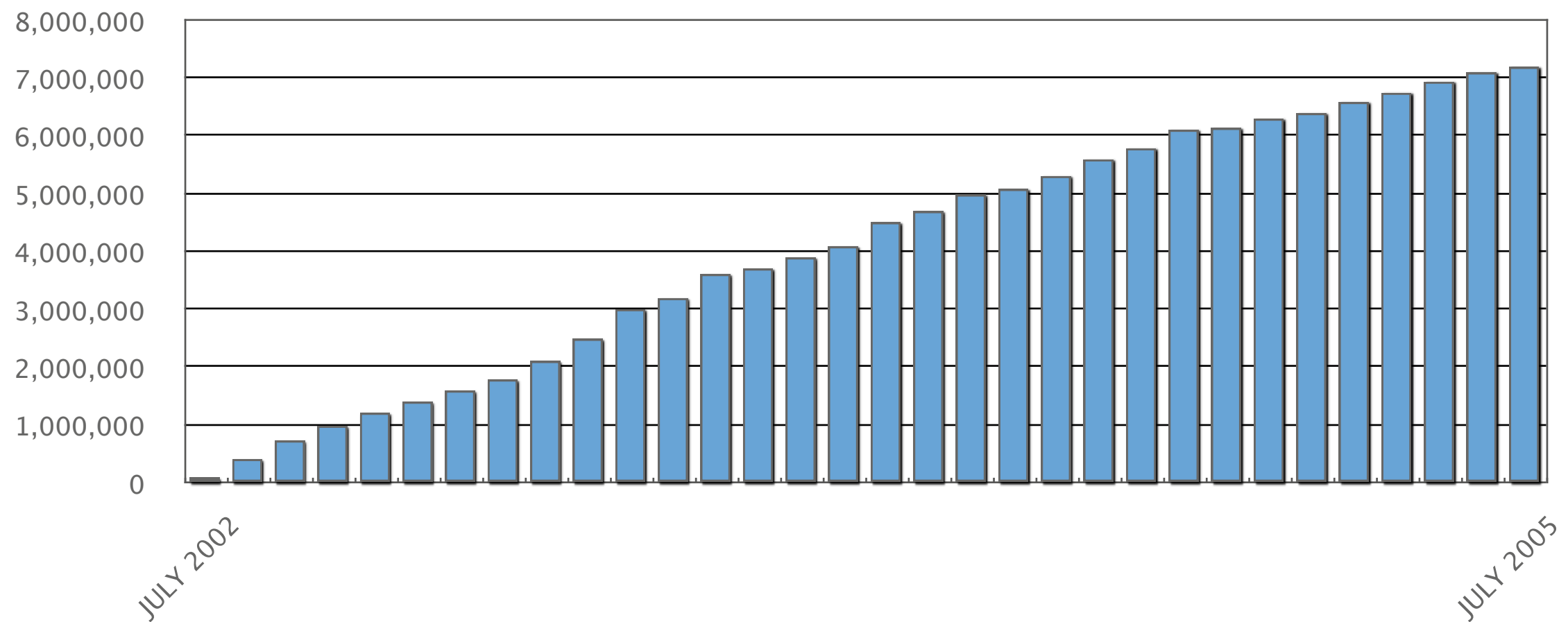


Resultados?



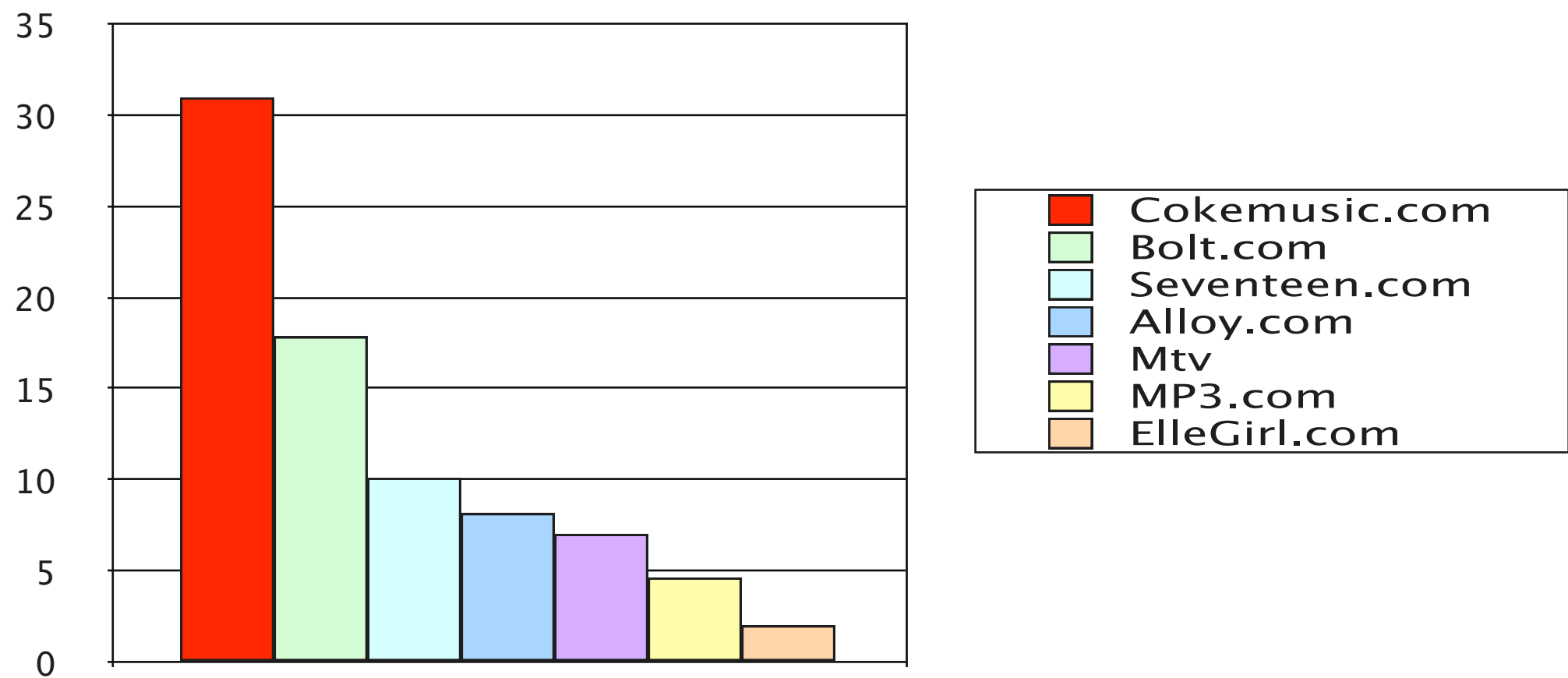


Más de 8MM de usuarios activos en 2007





Plataforma de publicidad superior desde el día 0





Aumento de ventas y mejoramiento de la percepción de la marca

Brand Health Measure	% Change
Purchase Intent (Top Box)	+8.6% s
Purchase Intent (Top 2 Box)	+4.1% s
Favorite Brand	+14.7% s
Brand That Promotes Music	+5.6% s
Cool	+4.7% s
My Kind of Soft Drink	+5.2% s
Genuine & Authentic	+3.8% s
Is Refreshing	+4.2% s
For Teenagers and Young Adults	+3.3% s



Resultados Cualitativos

- ▶ Valor de Medios: Comparar contra medios tradicionales (TV, Impresos, radio)
- ▶ Valores Promocionales - Influencia en el volumen
- ▶ Herramienta de investigación de Mercadeo: Decibeles a cambio de encuestas
- ▶ Plataforma de mercadeo de varios años
- ▶ Valor para las partes involucradas





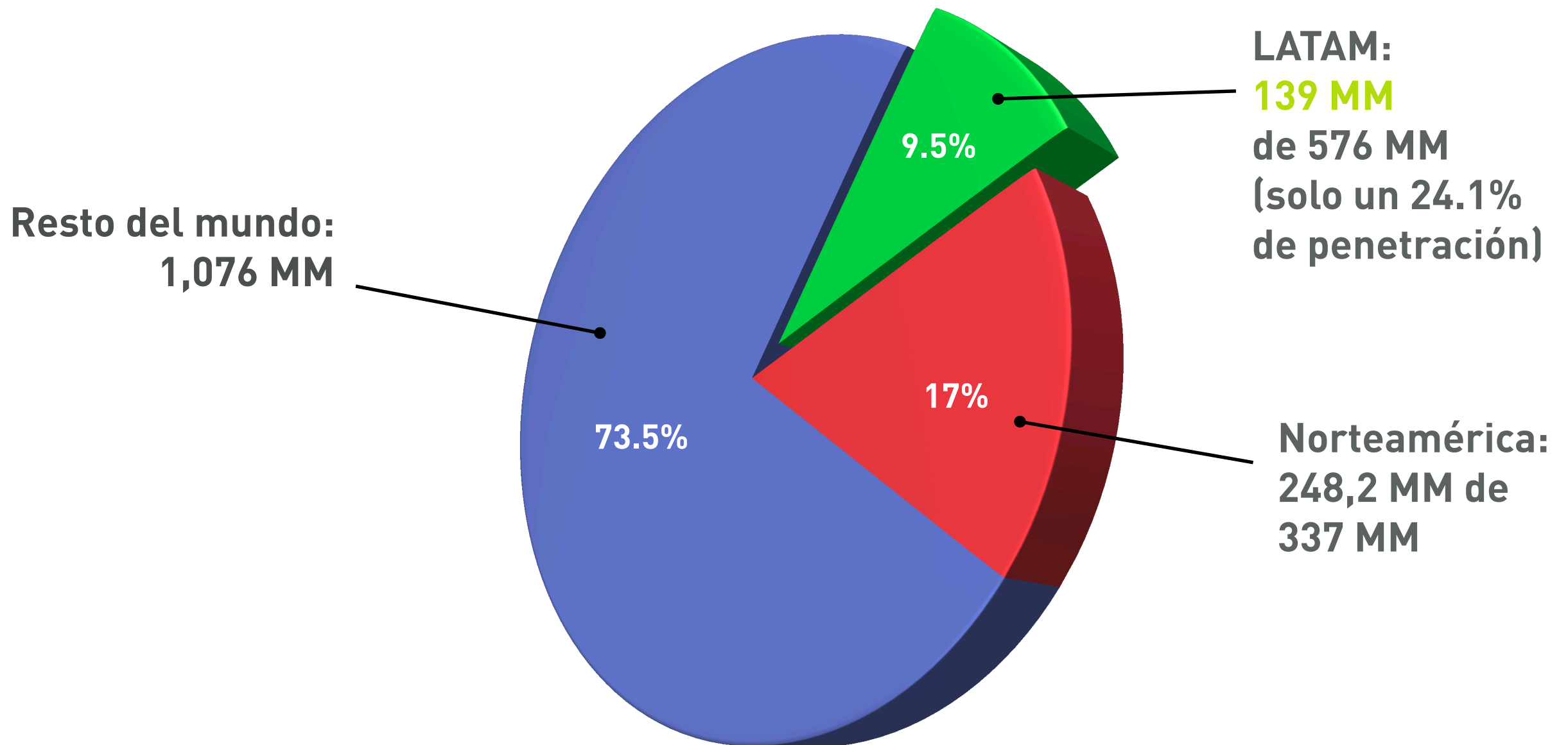
CAMBIO DE REGION: El momento de Latinoamérica en Digital.





Población Online en Latinoamérica:

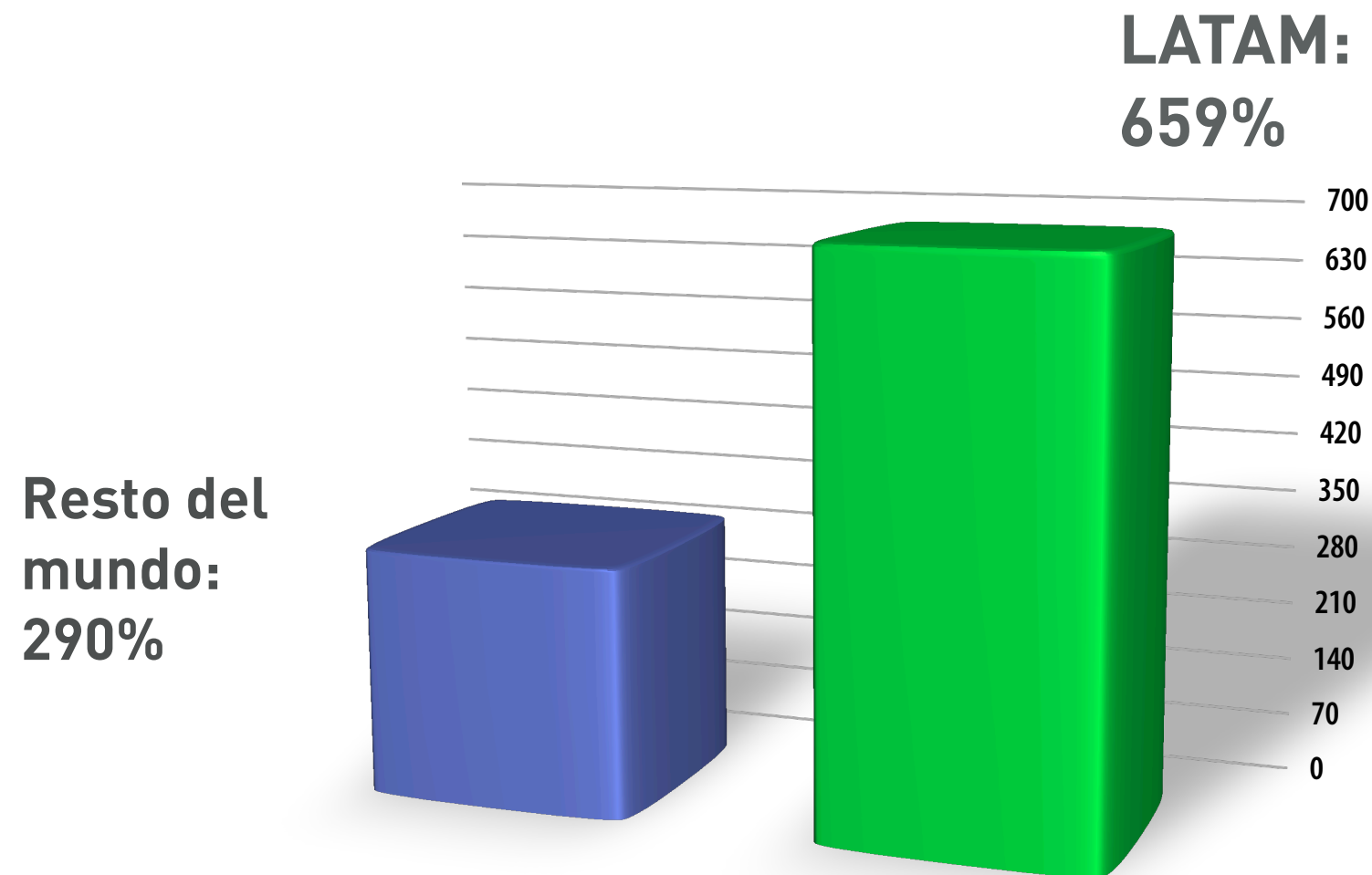
137.300 Millones de personas online (9.8% de la población online a nivel mundial)¹



¹ . Internet world stats, March 2008 © Miniwatts Marketing Group



Población Online en Latinoamérica: Crecimiento de los usuarios online ¹ durante 2000 - 2008



¹ . Internet world stats, March 2008 © Miniwatts Marketing Group



Redes Sociales y Comunidades en Latam: Presencia Regionalizada ¹



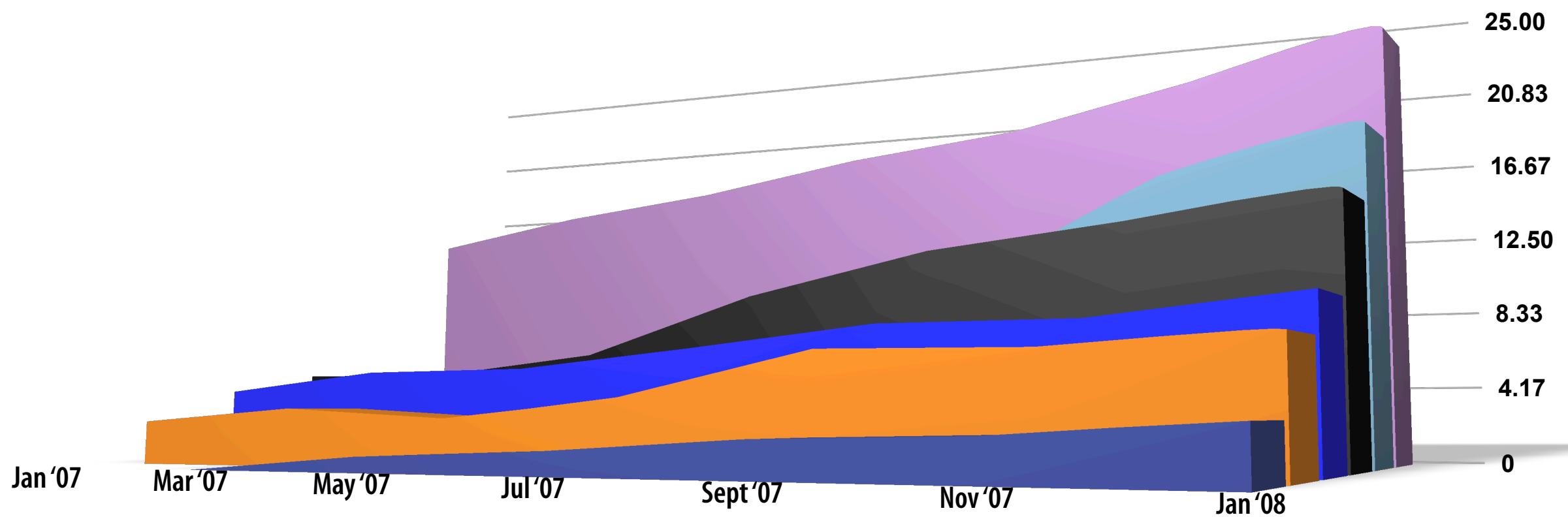
¹ . www.analytics20.org/es/ - © 2008

² . [Advertising Age](#), March 2008



Redes Sociales y Comunidades en Latam: Crecimiento el último año

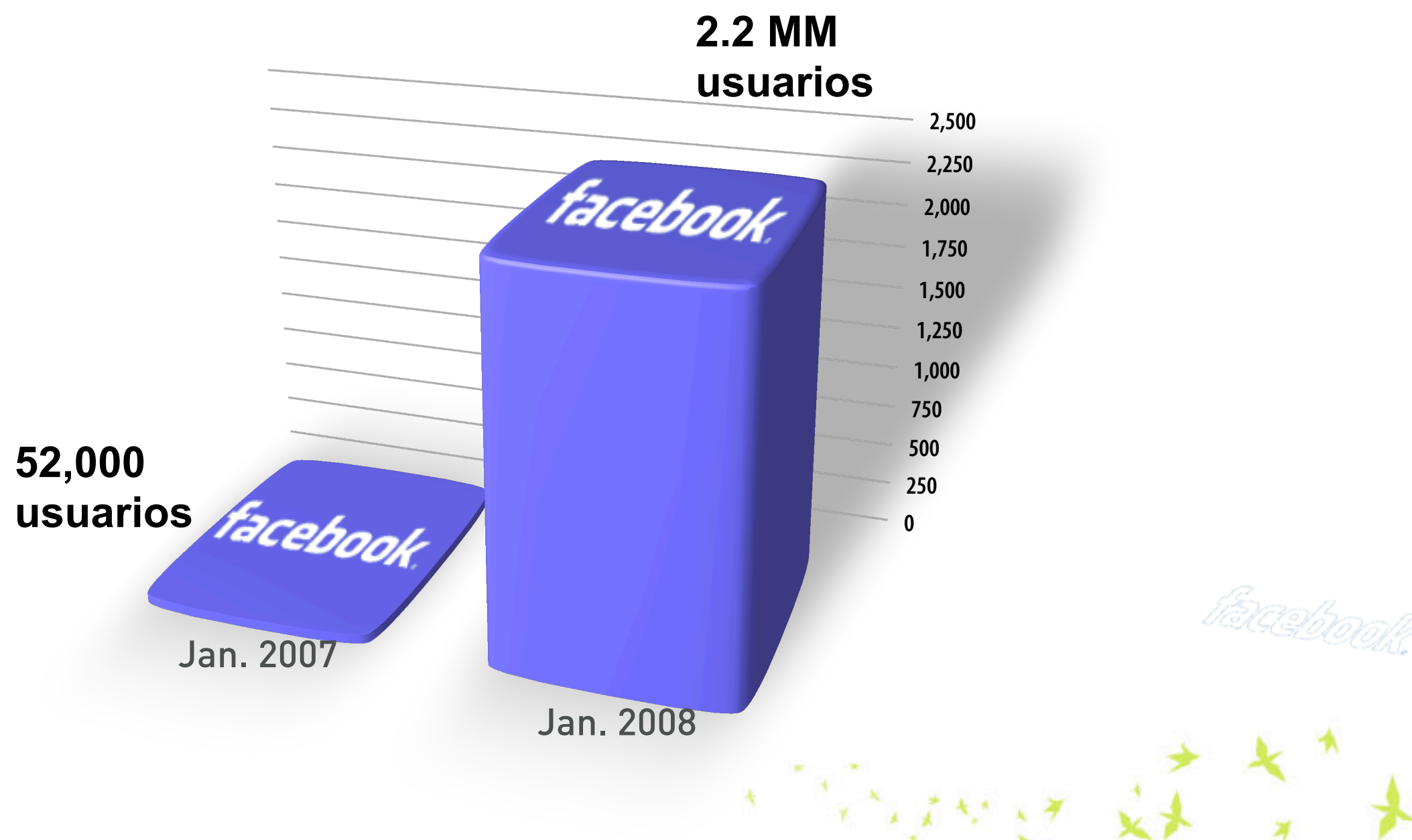
■ Facebook ■ Hi5 ■ MySpace ■ FotoLog ■ Sonico ■ Orkut





Redes Sociales y Comunidades en Latam: Crecimiento de Facebook:

De **52.000** usuarios a **2.2 MM** entre 2007 & 2008
(Si, eso es un crecimiento del **4,152%!!**)



What's Inside?

More *B* than ever!

Chat with your friends!

BGIRL!

HAVE YOU HEARD?

Chat is back!!!

send

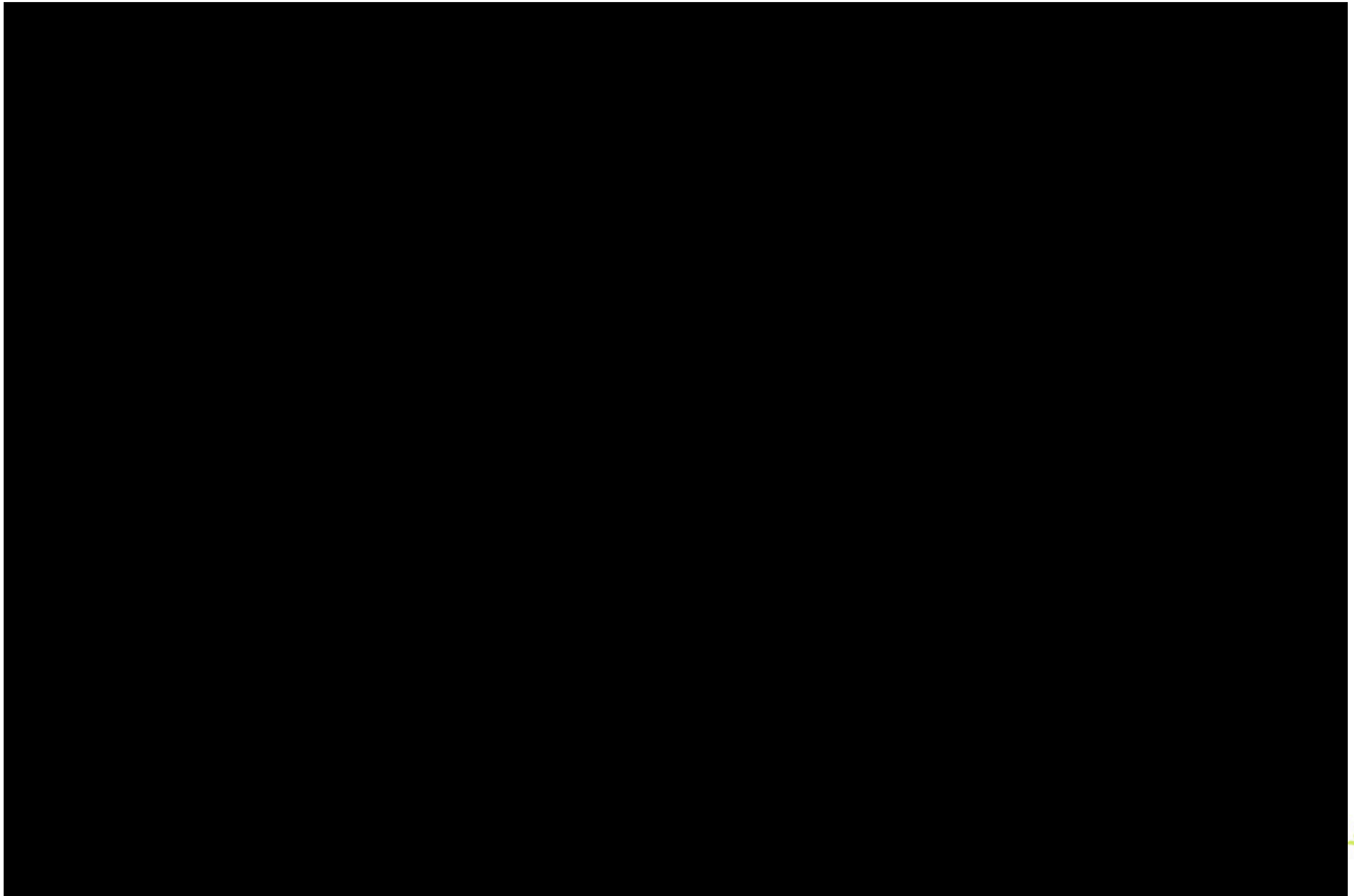
Play now!

Coming soon!
Barbie Girls™
V.I.P!

Just for Parents

Educate. Empower. Engage.

Get involved!





Resultados

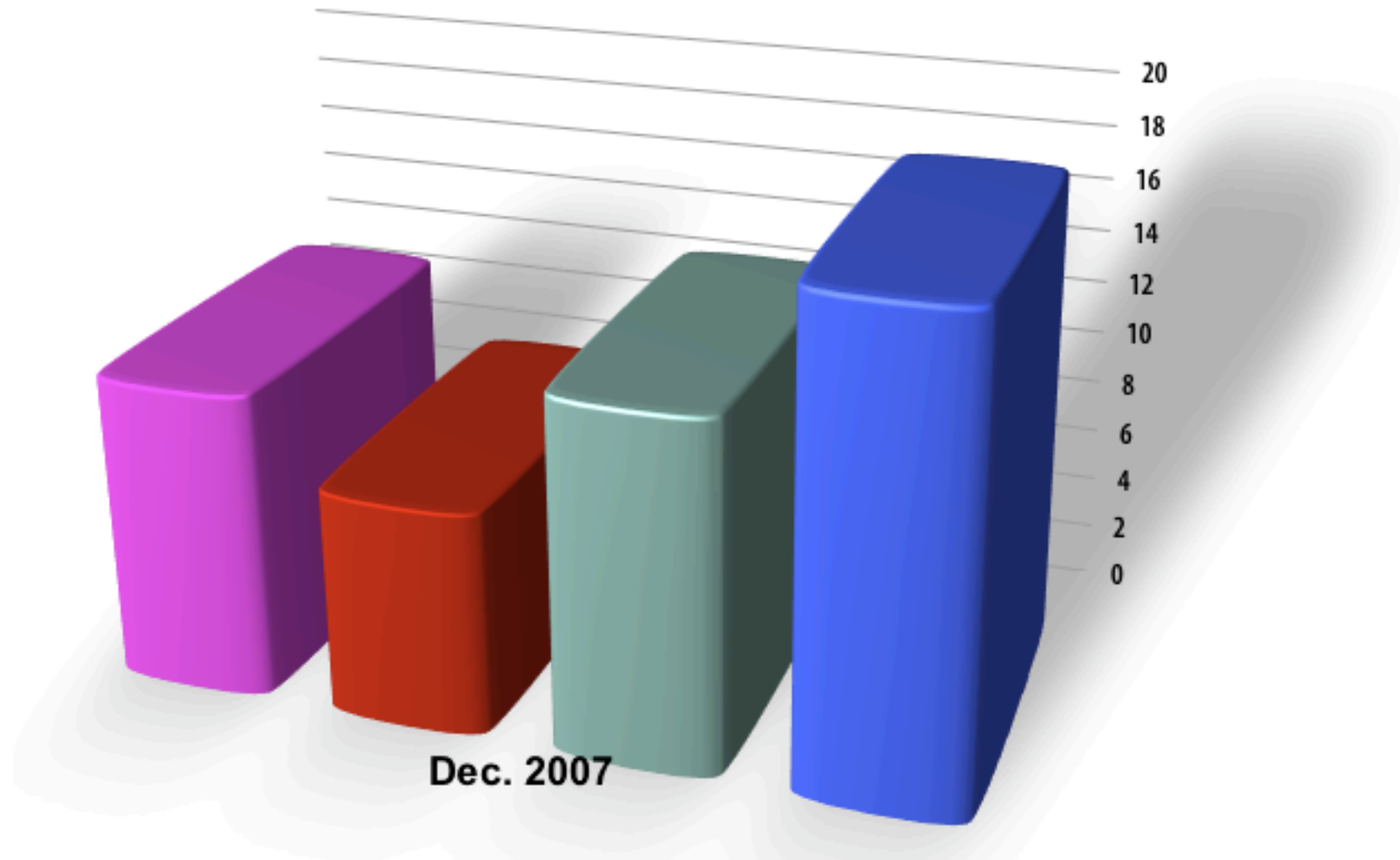
- ▶ **1 semana:** Más de 200,000 usuarios registrados
- ▶ **6 semanas:** Más de 1 Millón de usuarios
- ▶ **1 año:** 11+ Millones de usuarios
- ▶ **Latin America?**
- ▶ **1'101,501** de usuarios registrados en **Brazil**





 **BarbieGirls.com**
 **Secondlife.com**

 **CokeMusic.com**
 **LinkedIn.com**



Algunas conclusiones

3 ideas acerca de Web 2.0 y los cambios que se proponen:

- ✓ Digital en Latinoamérica: la GRAN oportunidad
- ✓ Los **Medios Sociales** son **EL CAMINO**
para conectar a los consumidores entre si, dentro del contexto de una marca
- ✓ **No se preocupe por el contenido:**
una estrategia digital propiamente concebida e implementada
hará que los mismos usuarios creen el contenido.

Studiocom: <http://www.studiocom.com>

César Trujillo
Managing Director, Latin American Business
ctrujillo@studiocom.com



Gracias!